

## عملکرد بیمارستان‌های منتخب خصوصی و دولتی شهر تهران در جذب گردشگر درمانی از دیدگاه مشتریان خارجی

فاطمه آزادی<sup>۱</sup>، محمد رضا ملکی<sup>۲</sup>، محمد ازمل<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۷/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۱۲/۹

### چکیده:

**زمینه و هدف:** صنعت گردشگری درمانی به عنوان یکی از ابعاد گردشگری به توسعه پایدار و پویایی اقتصاد کشورها کمک می‌نماید. این پژوهش به منظور بررسی عملکرد بیمارستان‌های منتخب خصوصی و دولتی شهر تهران در جذب گردشگر درمانی از دیدگاه مشتریان خارجی انجام گرفته است.

**مواد و روش‌ها:** پژوهش حاضر یک مطالعه توصیفی-مقطعی بوده که در سال ۱۳۹۰ در بیمارستان‌های منتخب شهر تهران انجام شده است. جامعه پژوهش شامل ۷۹ بیمار خارجی بود که به عنوان گردشگر به چهار بیمارستان شهر تهران مراجعه نموده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها یک پرسشنامه خود ساخته دارای ۲۳ سؤال که هشت مؤلفه عملکردی در جذب گردشگر درمانی را ارزیابی می‌کند. از آمار توصیفی و تحلیلی برای تحلیل داده‌ها استفاده گردید.

**نتایج:** در مجموع عملکرد بیمارستان‌های مورد مطالعه در سطح مناسبی ارزیابی شد. از دیدگاه بیماران سه مؤلفه کمیت نیروی کار، کیفیت نیروی کار و به روز بودن کارکنان بسیار مناسب بودند. همچنین آشنایی پرسنل به زبان‌های خارجی و اطلاع رسانی بسیار نامناسب گزارش گردید. همه مؤلفه‌های عملکردی در جذب گردشگر درمانی به جز مؤلفه‌های آشنایی کارکنان به زبان خارجی و تسهیلات با نوع مالکیت بیمارستان‌ها رابطه آماری معنی داری وجود داشت.

**نتیجه گیری:** آموزش کارکنان کلیدی با زبان‌های بین‌المللی و نیز تقویت زمینه‌های ارتباطی می‌تواند در جذب گردشگر درمانی مؤثر باشد. در این راستا هم بیمارستان‌های دولتی و خصوصی بایستی در این زمینه برنامه ریزی جدی داشته باشند.

**کلمات کلیدی:** گردشگر درمانی، جذب گردشگر درمانی، مشتری خارجی، بیمارستان دولتی و خصوصی

<sup>۱</sup> - کارشناس ارشد مدیریت خدمات، بهداشتی درمانی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تهران، ایران (\*نویسنده مسئول)

[Fhm.azadi2001@yahoo.com](mailto:Fhm.azadi2001@yahoo.com)

همراه: ۰۹۱۲۲۵۴۲۳۴۳

<sup>۲</sup> - دانشیار گروه مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی دانشکده مدیریت و اطلاع رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران

<sup>۳</sup> - کارشناس ارشد مدیریت خدمات بهداشتی و درمانی، دانشگاه علوم پزشکی بوشهر، بوشهر، ایران

## مقدمه

گردشگری سلامت<sup>۱</sup> به عنوان یک فرصت مطرح گردیده و به سرعت رشد کرده و در حال تبدیل شدن به صنعتی می باشد که در آن مردم مسافت های طولانی را برای به دست آوردن مراقبت های پزشکی، دندان پزشکی و جراحی و به طور همزمان گذراندن تعطیلات طی می کنند(۱). سازمان جهانی گردشگری<sup>۲</sup> (WTO) گردشگری سلامت را به این صورت تعریف می کند: خدماتی که منجر به بهبود سلامت و افزایش روحیه فرد در محل اقامتی که بیش از ۲۴ ساعت و کمتر از یک سال (با استفاده از آب معدنی، آب و هوا، یا مداخلات پزشکی) طول می کشد(۲). موسسه تحقیق و بازاریابی گردشگری<sup>۳</sup> (TRAM)، گردشگری درمانی<sup>۴</sup> را نوعی از گردشگری سلامت می داند. تعریف واحدی برای گردشگری درمانی وجود ندارد، اما به طور کلی پذیرفته شده است که این اصطلاح برای اشاره به فعالیت های مسافرتی شامل اقدامات پزشکی و یا فعالیت هایی که سلامتی گردشگر را ارتقا می دهد استفاده می شود(۳).

گردشگری درمانی به سرعت به عنوان مظهر تجارت جهانی مراقبت های سلامتی در حال پدیدار شدن می باشد(۴). به زعم Yap مردم برای چهار نوع مراقبت های بهداشتی مسافرت می کنند: مراقبت های بهداشتی عالی، مراقبت های بهداشتی مقرون به صرفه، مراقبت های بهداشتی با کیفیت، مراقبت های بهداشتی ضروری(۵). Chanda اشاره می کند که عمل گردشگری باعث می شود بیماران بین المللی مراقبت با استاندارد بالاتری نسبت به بیماران ساکن کشوری که در آن مراقبت ارایه می گردد، دریافت دارند(۶). این امر به بیماران بین المللی احساس خوبی می دهد که خدماتی که آن ها دریافت می کنند در مرکز پزشکی معتبر ارایه می گردد(۷). Palvia، چهار عامل مؤثر بر انتخاب مرکز بین المللی پزشکی توسط بیمار را نشان می دهد. این عوامل به عنوان هزینه ها، اعتبار بخشی، کیفیت مراقبت و آموزش پزشک مشخص شده اند(۸). زبان نیز در تصمیم گیری انتخاب محلی که بیماران برای دریافت مراقبت جذب می شوند در صورتی که کارکنان به زبان بین المللی قابل فهم صحبت کنند، عامل موثری می باشد(۹). در نقطه مقابل، بیماران نیز در خصوص درمان توسط پزشکان خارجی که ممکن است به زبان های مختلف صحبت کرده و استانداردهای مراقبت مختلف درمان دارند، نگران می باشند(۱۰).

صنعت گردشگری درمانی در منطقه آسیا در دهه های اخیر به سرعت در حال رشد بوده و بسیاری از کشورهای منطقه به دنبال ورود به بازار بوده اند (۱). به گزارش میراث فرهنگی کشور، تسهیلات پزشکی ایران در منطقه منحصر به فرد بوده و می تواند پتانسیل عظیمی برای گردشگری درمانی و سلامت فراهم کند و ایران می تواند در آینده تبدیل به یک قطب گردشگری درمانی گردد. موقعیت جغرافیایی ایران، تاریخچه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی کم هزینه و با کیفیت بالا، اهمیت گردشگری درمانی در ایران را افزایش داده است(۱۱). به علاوه نظام بهداشتی درمانی ایران با ۱۲،۰۰۰ تخت بیمارستانی، ۴۵۵۱ آزمایشگاه، ۳۰۴۲ مرکز توانبخشی، ۲۲۹۳ مراکز رادیولوژی و ۷۶۰۱ داروخانه در حال ارائه خدمات بهداشتی و درمانی می باشند(۱۲). تحقیقات نشان می دهد که گردشگری سلامت یکی از اشکال مهم گردشگری در ایران است و می تواند تعداد زیادی از گردشگران داخلی و خارجی را جذب نماید (۱۳). با این حال، این صنعت با وجود همه این ظرفیت ها در کشور، توسعه نیافته باقی مانده است (۱۲). اسدی (۲۰۱۱) در تحقیقی اشاره کرد که منابع انسانی بی تجربه، ضعیف و ناکارآمد و عدم وجود سیستم مناسب آموزشی به ویژه در زمینه گردشگری سلامت یکی از عوامل ضعف در صنعت گردشگری سلامت در ایران است و یادآور شد که نظام بهداشت و درمان کشور در جذب گردشگر درمانی در مقایسه با کشورهای پیشگام مانند هند موفق نبوده است (۱۳). برای درک بهتر موضوعات گردشگری درمانی در کشور بهترین ارزیابی، آگاهی از دیدگاه خود بیماران می باشد. لذا این مطالعه به بررسی مولفه های عملکردی بیمارستان های خصوصی و دولتی منتخب شهر تهران درخصوص جذب گردشگر درمانی از دیدگاه مشتریان خارجی می پردازد.

## مواد و روش ها

این پژوهش از نوع توصیفی مقطعی می باشد که در سال ۱۳۹۰ به منظور بررسی دیدگاه بیماران در باره عوامل مؤثر در جذب گردشگر درمانی در ایران انجام شده است. جامعه پژوهش شامل بیماران بستری شده در چهار بیمارستان فعال در جذب گردشگر درمانی می باشد. در مجموع ۷۹ نفر بیمار خارجی بستری که از خرداد تا شهریور ماه به بیمارستان های فوق الذکر وارد مطالعه شدند. نمونه گیری به صورت متوالی و تا رسیدن به این حجم نمونه ادامه یافت. ابزار جمع آوری داده ها پرسش نامه خود- ساخته بود. این پرسش نامه با بررسی متون و با نظر صاحب نظران به زبان فارسی طراحی گردید. این پرسشنامه دو بخش داشت: بخش اول شامل اطلاعات عمومی بیماران از جمله دین و مذهب، مدت اقامت در

<sup>1</sup> - Health Tourism

<sup>2</sup> - World Tourism Organization

<sup>3</sup> - Tourism Research and Marketing

<sup>4</sup> - Medical Tourism

حاصل گردید. پژوهشگران پس از کسب مجوزهای لازم به بیمارستان‌های مذکور مراجعه و پس از جلب مشارکت بیماران و اطمینان آنان از محرمانه ماندن اطلاعات، پرسشنامه مذکور، در زمان بستری توسط آنان تکمیل گردید. برای بیمارانی که به زبان فارسی مسلط نبودند نیز از همراهان بیمار برای انتقال مطالب استفاده شد.

تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS ویرایش ۱۶ انجام شد. بدین منظور از آمار توصیفی و تحلیلی استفاده گردید. برای تعیین رابطه میان عوامل موثر در جذب گردشگر پزشکی بر حسب مالکیت بیمارستان‌ها نیز از آزمون t مستقل استفاده شد.

#### یافته‌ها:

۷۹ بیمار خارجی شرکت کننده از چهار بیمارستان که دو بیمارستان دارای مالکیت دولتی و دو بیمارستان نیز دارای مالکیت خصوصی بود وارد مطالعه شدند. جدول شماره یک توزیع فراوانی این بیماران را نشان می‌دهد.

بیمارستان و کشور مبدا می‌باشد. بخش دوم شامل ۲۳ گویه اختصاصی می‌باشد. سوالات با طیف لیکرت ۱۰ قسمتی از یک کمترین تا بیشترین را در بر می‌گیرد. نمرات هر مولفه نیز از جمع آیت‌های مرتبط حاصل گردید. بر اساس اهداف این مطالعه برای هر گویه نمرات کمتر از ۴ بسیار نامناسب، بین ۴ تا ۷ مناسب و بیشتر از ۷ بسیار مناسب رتبه بندی شدند. این پرسشنامه عوامل موثر در جذب توریسم پزشکی را شامل هشت مولفه تعیین کننده عملکرد بیمارستان شامل کمیت نیروی کار (یک گویه)، کیفیت نیروی کار (چهار گویه)، به روز بودن کارکنان (دو گویه)، تخصص مرتبط (یک گویه)، مسلط بودن به زبان انگلیسی (دو گویه)، اطلاع رسانی (سه گویه)، تسهیلات (چهار گویه)، و استانداردهای بین المللی (شش گویه) می‌باشد.

برای سنجش روایی پرسشنامه از تکنیک قضاوت خبرگان استفاده شد. بدین منظور پس از طراحی، روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه توسط صاحب نظران تایید گردید. روایی درونی پرسشنامه نیز با محاسبه ضریب آلفا کرونباخ ۰/۸۴

جدول شماره یک : توزیع فراوانی افراد شرکت کننده در مطالعه

ویژگی	فراوانی	درصد
مالکیت	دولتی	۳۹
	خصوصی	۴۰
مذهب	شیعه	۵۷
	سنی	۱۶
	مسیحی	۴
	زرتشتی	۱
تابعیت	افغانستان	۱۷
	روسیه	۱۲
	عراق	۱۲
	عربستان	۱۲
	پاکستان	۱۰
	مالزی	۵
	ترکیه	۵
	بنگلادش	۴
	سایر	۲
		۲۱/۵

بر اساس داده های این جدول، بیشتر شرکت کنندگان دارای مذهب شیعه بوده اند. بیشترین فراوانی تابعیت نیز مربوط به کشور افغانستان بوده است. در این مطالعه ۱۹٪ از بیماران یک روز، ۲۵/۴٪ دو روز، ۲۷/۸٪ سه روز و ۲۷/۸٪ بیش از سه روز در بیمارستان اقامت داشتند.

جدول شماره ۲، توزیع پراکندگی نمرات، میانگین نمرات مولفه های عملکردی بیمارستان در جذب گردشگر درمانی را نشان می دهد.

جدول شماره ۲: توزیع پراکندگی نمرات، میانگین نمرات مولفه های عملکردی بیمارستان در جذب گردشگر درمانی

ردیف	مولفه های عملکردی بیمارستان در جذب گردشگر درمانی	جمع نمرات	میانگین $\pm$ انحراف معیار	وضعیت
۱	کمیت نیروی کار	۶۸۰	۸/۶۱ $\pm$ ۱/۹۹	بسیار مناسب
۲	کیفیت نیروی کار	۶۵۳	۸/۲۷ $\pm$ ۱/۳۳	بسیار مناسب
۳	به روز بودن کارکنان	۶۷۰	۸/۴۸ $\pm$ ۱/۳۲	بسیار مناسب
۴	تخصص مرتبط	۶۱۸	۷/۸۲ $\pm$ ۱/۹۴	مناسب
۵	آشنایی کارکنان به زبان های خارجی	۲۰۴	۲/۵۸ $\pm$ ۱/۱۴	بسیار نامناسب
۶	اطلاع رسانی	۱۰۸	۱/۳۶ $\pm$ ۰/۴	بسیار نامناسب
۷	رعایت استانداردهای بین المللی	۶۱۵	۷/۷۹ $\pm$ ۱/۸۴	مناسب
۸	تسهیلات	۴۱۴	۵/۶۳ $\pm$ ۱/۱۳	مناسب
	کل	۴۷۶	۶/۱۲ $\pm$ ۰/۹۶	مناسب

بر اساس یافته های این جدول در مجموع میانگین مولفه های عملکردی بیمارستان های تحت مطالعه در جذب گردشگر درمانی در سطح مناسبی قرار گرفت. از دیدگاه بیماران سه مولفه کمیت نیروی کار، کیفیت نیروی کار و به روز بودن کارکنان در بیمارستان های مورد مطالعه بسیار مناسب بودند. این در حالی است که آشنایی پرسنل به زبان های خارجی و اطلاع رسانی از منظر بیماران بسیار نامناسب تشخیص داده

شدند. تخصص مرتبط، رعایت استانداردهای بین المللی و تسهیلات نیز در سطح مناسبی شناخته شدند. این بیماران مناسب ترین مولفه را کمیت نیروی کار و نامناسب ترین مولفه را اطلاع رسانی دانستند.

جدول شماره سه مقایسه مولفه های عملکردی بیمارستان های دولتی و خصوصی در جذب گردشگر درمانی نشان می دهد.

جدول شماره ۳: مقایسه عملکرد بیمارستان های مورد مطالعه به تفکیک مولفه های جذب گردشگر درمانی

مولفه های عملکردی بیمارستان در جذب گردشگر درمانی	میانگین دولتی	میانگین خصوصی	t	درجه آزادی	سطح معنی داری*
کمیت نیروی کار	۷/۸۲	۹/۳۸	-۳/۸۸	۷۷	۰/۰۰۰
کیفیت نیروی کار	۷/۵۹	۸/۹۳	-۵/۱۷	۷۷	۰/۰۰۰
به روز بودن کارکنان	۷/۹۰	۹/۰۵	-۴/۲۷	۷۷	۰/۰۰۰
تخصص مرتبط	۶/۷۷	۸/۸۵	-۰/۶۲	۷۷	۰/۰۰۱
آشنایی کارکنان به زبان های خارجی	۲/۵۴	۲/۶۳	-۰/۳۳	۷۷	۰/۰۰۰
اطلاع رسانی	۱/۵۵	۱/۱۸	۴/۵۶	۷۷	۰/۰۶۳
رعایت استانداردهای بین المللی	۶/۸۰	۸/۷۶	-۵/۵۴	۷۷	۰/۰۰۱
تسهیلات	۵/۳۹	۵/۸۷	-۱/۹۱	۷۷	۰/۰۷۲
کل	۵/۶۶	۶/۵۸	-۱/۴۷	۷۷	۰/۰۰۳

\* P-value < 0.01

بر اساس یافته‌های این جدول، میانگین کلی مولفه‌های عملکردی بیمارستان‌های خصوصی در جذب گردشگر درمانی اندکی در حدود ۰/۹۲ بیشتر بوده است. بیمارستان‌های خصوصی در همه مولفه‌ها به جز اطلاع‌رسانی میانگین بالاتری داشته‌اند. در مولفه اطلاع‌رسانی میانگین بیمارستان‌های دولتی مقداری بهتر بوده است. هر چند این مولفه در هردو بیمارستان در سطح نامناسبی قرار داشت. بیشترین اختلاف در مولفه تخصص مرتبط بود که مقداری معادل ۲/۰۸ در بیمارستان خصوصی بیش‌تر بوده است. در بیمارستان دولتی و خصوصی بیشترین میانگین به ترتیب مربوط به مولفه به‌روز بودن کارکنان بوده است و در بیمارستان خصوصی کمیت نیروی کار بهترین عملکرد داشته است.

در کل میان میان مولفه‌های عملکردی بیمارستان‌های دولتی و خصوصی رابطه معنی‌داری وجود داشت. میان مولفه‌های آشنایی به زبان خارجی و تسهیلات با نوع مالکیت بیمارستان‌ها رابطه آماری معنی‌داری وجود نداشت. سایر مولفه‌های عملکردی در جذب گردشگر پزشکی با مالکیت بیمارستان‌ها این رابطه معنی‌داری داشتند.

### بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری درمانی در حال تبدیل شدن به یک کسب و کار بین‌المللی جدید و در حال ظهور است که به تدریج بر اهمیت آن افزوده می‌شود. تسهیلات پزشکی در ایران در منطقه بی‌نظیر بوده و می‌تواند پتانسیل عمده‌ای در جذب گردشگر درمانی را فراهم نماید. اگرچه بر اساس یافته‌های این مطالعه در مجموع عملکرد بیمارستان‌های مورد مطالعه در سطح مناسبی ارزیابی شدند اما با توجه به رقابتی بودن این صنعت و ظرفیت‌های موجود در ایران از نظر تکنولوژی پزشکی و دانش کافی و نیز موقعیت جغرافیایی و اقلیمی، برنامه‌ریزی جهت دستیابی به سهم بیشتری از این بازار ضروری به نظر می‌رسد. با توجه به اهمیت نیروی انسانی هم از لحاظ کیفی و هم کمی همان‌گونه که بیماران خارجی نیز این مولفه را بسیار مناسب ارزیابی نمودند در این راستا لازم است تدابیری جهت جذب، حفظ و نگهداشت کارکنان و ارتقا سطح دانش و توانمندی آن‌ها تدابیری اندیشیده شود.

به نظر می‌رسد به روز بودن کارکنان یکی از مهم‌ترین اولویت‌ها در بیمارستان‌ها می‌باشد. بیمارستان‌های خصوصی نسبت به بیمارستان‌های دولتی در این مولفه از میانگین بالاتری برخوردار بودند. شعرافچی زاده (۱۲)، شجاعی (۱۴) و Knight (۱۵) نیز به نتایج مشابهی رسیده و آموزش و به‌روز نمودن کارکنان را از اولویت‌های مهم در جذب گردشگر سلامت می‌دانند.

آشنایی کارکنان به زبان‌های خارجی از منظر بیماران بسیار نامناسب ارزیابی شدند. البته میانگین نمره مولفه فوق‌الذکر در بیمارستان‌های خصوصی بیشتر از دولتی بود. در پژوهش شعرافچی‌زاده (۱۲) عواملی مانند هم‌زبانی کارکنان با توریست‌ها حائز اهمیت می‌باشد. در پژوهش شعرافچی‌زاده آشنایی به زبان بین‌المللی بر نحوه ارائه خدمت تأثیر داشته است. ایجاد دوره‌های آموزشی زبان انگلیسی برای پرسنل بخش‌های مراکز درمانی، و یا داشتن مترجم در این بخش‌ها می‌تواند ارایه خدمات در این مراکز را تسهیل نماید.

مولفه اطلاع‌رسانی نیز از دیدگاه بیماران بسیار نامناسب بود که این مولفه در بیمارستان‌های دولتی بهتر از بیمارستان‌های خصوصی بود. در پژوهش ساعی (۱۶) نقش اطلاع‌رسانی بسیار پررنگ بوده است. در حالی که در پژوهش طبیبی (۱۷) مکانیزم‌های اطلاع‌رسانی تأثیری در جذب گردشگران پزشکی ندارد. با توجه به اهمیت این مقوله از نظر بیماران، دست‌اندرکاران می‌بایست در ایجاد ساز و کارهای اطلاع‌رسانی و شناسایی پتانسیل‌های موجود در کشور در جهت جذب گردشگر درمانی اهتمام بیشتری ورزند.

بر اساس یافته‌های این تحقیق گرچه رعایت استانداردها مناسب بود. میانگین نمره مولفه فوق‌الذکر در بیمارستان‌های خصوصی بیشتر از بیمارستان‌های دولتی بود. در پژوهش ساعی (۱۶) Nakarajan (۱۸)، خدایاری زرنق (۱۹) و صدرممتاز (۲۰) نیز نقش استاندارد‌ها و اعتباربخشی بسیار پررنگ بوده است و داشتن مکانیسم اعتباربخشی در بیمارستان لازمه جذب گردشگر سلامت می‌باشد. اخذ اعتبار بخشی بین‌المللی توسط بیمارستان‌ها و تلاش در راه رسیدن به استانداردهای شناخته شده جهانی می‌تواند در کیفیت ارایه خدمات و نیز جذب گردشگر درمانی موثر باشد.

مولفه تسهیلات در این پژوهش در سطح مناسبی قرار داشت. در پژوهش Knight (۱۵)، خدایاری زرنق (۱۹)، جواهری (۲۱) و Bovier (۲۲) نیز نقش تسهیلات بسیار پررنگ بوده است در این مطالعات ذکر شده که داشتن مکانیسم تسهیلات مناسب در بیمارستان‌ها تأثیر زیادی بر جذب گردشگر سلامت دارد.

بر اساس یافته‌های این تحقیق، از دیدگاه بیماران آشنایی کارکنان به زبان خارجی و اطلاع‌رسانی در سطح نامناسبی ارزیابی گردید. همچنین اختلاف معنی‌داری بین مولفه‌های عملکردی در جذب گردشگر خارجی در بیمارستان‌های دولتی و خصوصی وجود نداشت. در این راستا توصیه می‌گردد مدیران بیمارستان‌ها در هر دو بخش دولتی و خصوصی، اولاً در ارتقای مهارت‌های زبان بین‌المللی کارکنان تمهیداتی بیندیشند. ثانیاً با استفاده از روش‌های مختلف اطلاع‌رسانی از جمله بهره‌گیری از رسانه‌های گوناگون، راه‌اندازی و ارتقا

در هنگام تفسیر نتایج حاصله بایستی این موضوعات در نظر گرفته شود.

### تقدیر و تشکر

از تمامی مدیران و کارشناسان امور اداری بیمارستان های مورد مطالعه و کلیه همکارانی که در انجام مراحل مختلف این پژوهش همکاری صمیمانه داشته اند، تشکر و قدردانی می گردد.

سایت مرکز به زبان بین المللی و تهیه بروشورهای تبلیغاتی و توزیع آن در مکان های گردشگری به معرفی خدمات ، ظرفیت ها و تسهیلات مرکز خود مبادرت نمایند.

به دلیل این که این مطالعه تنها در تعداد معدودی از مراکز درمانی شهر تهران انجام گردید، نمی توان آن را به کل کشور تعمیم داد. از طرفی با عنایت به این که در این مطالعه فقط تعدادی از مولفه های عملکردی در جذب گردشگر درمانی در نظر گرفته شده و عواملی از جمله هزینه های درمانی، پیامدهای بیماری و اثربخشی درمان لحاظ نشده است. بنابر این

### References

- Connell J. Medical tourism: Sea, sun, sand and ...surgery. *Tourism Management*. 2006;27(6): 1093-100.
- Hoobin YB. Motivation and experiences of mainland Chinese medical tourists in Hongkong. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2010;1(3):245-256.
- TRAM "Medical tourism: a global analysis": *Tourism Research and Marketing (TRAM), ATLAS*.2006.
- Hopkins L, Labonte R, Runnels V, Packer C. Medical tourism today: What is the state of existing knowledge? *Journal of Public Health Policy*. 2010;31(2):185-98.
- Yap JYC. Medical tourism and Singapore: Intenational hospital federation reference book; 2007.
- Chanda R. Trade in Health Services. In *Trade in Health Services: Global, Regional and Country Perspective*. Edited by: Drager N. Washington DC: Pan-American Health Organization; 2002.
- Darwazeh D. Medical Tourism: Establishing a Sustainable Medical Facility. Ontario, Canada: University of Waterloo; 2011.
- Palvia S. Global Outsourcing of IT and IT Enabled Services: a Relationship Framework and Two Stage Model for Selecting a Vendor: Ivy League Publishing; (2007). .
- Burkett L. Medical tourism: concerns, benefits and the American legal perspective. *The Journal of Legal Medicine* 2007;28(2):223-45.
- Mudur G. Hospitals in India try and woo patients. *Bio Medical Journal*.2004;328(1):1338-1345.
- Kazemi Z. Study of the effective factors for attracting medical tourism in Iran: Lulea University of Technology.Master thesis; 2008.
- Touani S, Tabibi J, Tofighi S, ShaarbafchiZadeh N. Medical Tourism in Iran: Analysis of Opportunities and Challenges with MADM Approach. *Research Journal of Biological Sciences*.2010; 5(3 ):251-7.
- Asadi R, Daryaei M. Strategies for Development of Iran Health Tourism. *European Journal of Social Sciences* . 2011; 23(3):329-44.
- Shojaei m,Noori, n. (1384). Review of government policy on tourism and sustainable development model in the country's tourism industry. *Management Knowledge*. 2009; 20(78):63-90 [In Persian]
- Knight, G. Entrepreneurship and marketing strategy: The SME under globalization. *Journal of International Marketing*, 8(2): 12-32. 2000; 8(2):12-32.
- Saei, A. Naeiji M, Rzaei M. The relationship between advertising and attract cultural tourists in Iran. *Encyclopedia of Social Sciences*, 1(4).PP 69-94. 2010; 1(4):69-94
- Tabibi SJ, Nasiripour A A, Ayubian A, Bagheiran mahmodabadi H. The Relation between Information Mechanisms and Medical Tourist Attraction in Hospitals of Tehran, Iran: *Health Information Management*. 2012; 9(3):416-423. [In Persian]
- Nakarajan, G. Medical tourism in india:strategy for its Development. Indian Institute of Management. Bangalore. India. 2004. A dissertation Available at: <http://www.arengufond.ee>.
- Khodayari Zarnagh R etal. Evaluation of Ability of selected Hospitals of Tehran University of Medical Sciences in Attracting Medical Tourists, According to JCI Standards for Patient-Centered. Hospital. 2010; 9(3):51-56. [in Persian]
- Sadr Momtaz N, Agharahimi, Z. Medical Tourism Industry in Iran: Strategies for Development. *Health Information Management*. 2011; 7(Special Issue):516-524. [In Persian]
- Javaheri,M. Analysis of factors that increase tourist attractions in order to region Economical Development in Kish Free Zone ( an International Marketing Management Approach).a dissertation MSc degree in MBA. Mazandaran University of Science and Technology. 2009; 52-120. [in Persian]
- Bovier,PA. Medical tourism: a new kind of traveler? *Revue Médicale Suisse*. 2008; 4(157): 1196, 1198-201.

## Performance of Tehran`s selected Public and Private Hospitals in Attracting Medical Tourists From Foreign Customers` Points Of View

Azadi F.\*<sup>1</sup> , Maleki M R.<sup>2</sup> , Azmal M.<sup>3</sup>

Submitted: 2012.9.22

Accepted: 2013.2.27

### Abstract

**Background:** Medical tourism industry as one of the tourism dimensions results in a sustainable development and dynamic economy in countries. This study was conducted to examine performance of Tehran`s selected public and private hospitals in attracting medical tourists from foreign costumers` points of view.

**Materials & Methods:** This cross - sectional study was conducted in Tehran`s selected public and private hospitals in 2011. The study population included 79 foreign patients who referred to four hospitals in Tehran as medical tourists. Data were collected using a self-made questionnaire which consisted of 23 questions which evaluated eight hospital performance components in attracting medical tourists. Descriptive and analytic statistics was used for data analysis.

**Results:** Overall, the hospitals` performances were evaluated to be in an appropriate level. Through Patients` viewpoint, three components including staff number, staff performance quality and staff`s up to date knowledge and skills were in a proper level. Moreover, Staff`s acquaintance with foreign languages and giving proper notifications were reported to be in a very poor level. There was a significant relationship between all of the performance components in attracting medical tourists and hospital ownership excluding staff`s acquaintance with foreign languages and their familiarity with the facilities.

**Conclusion:** Teaching international languages to key staffs and empowering their communication skills can be effective in attracting medical tourists. Considering this, both public and private hospitals must have a serious plan to achieve this goal.

**Keywords:** Medical Tourist, Attracting Factor, Foreign Costumer, Public and Private Hospital

1 - MSc in Health Services Management, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran(\*corresponding author)  
Fhm.azadi2001@yahoo.com Tel: 09122542343

2 - Associated Professor, Department of Health Services Management, School of Health Management and Information Sciences, Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran

3- MSc in Health Services Management, Bushehr University of Medical Sciences, Bushehr ,Iran